

**TANGGUNG JAWAB HUKUM TERHADAP *SELLER* TIKTOK SHOP
ATAS KETIDAKSESUAIAN PRODUK DENGAN VIDEO PROMOSI**



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
Program Kekhususan Hukum Perdata Program Studi Ilmu Hukum
Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya

Oleh :

AULIA MIFTALIHA

02011282126158

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS HUKUM
KAMPUS INDRALAYA**

HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : AULIA MIFTALIHA
NIM : 02011282126158
PROGRAM KEKHUSUSAN : HUKUM PERDATA

JUDUL :

**TANGGUNG JAWAB HUKUM TERHADAP *SELLER* TIKTOK SHOP
ATAS KETIDAKSESUAIAN PRODUK DENGAN VIDEO PROMOSI**

Telah Lulus Dalam Sidang Ujian Komprehensif Pada Tanggal 20 Maret 2025 Dan
Dinyatakan Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum Pada
Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya

Indralaya, 23 April 2025

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Drs. H. Murzal Zaidan, S.H., M.Hum.
NIP. 196003121989031002

Pembimbing Pembantu

Dian Afrilia, S.H., M.H.
NIP. 198204132015042003

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Hukum
Universitas Sriwijaya**



Prof. Dr. H. Joni Emirzon, S.H., M.Hum.
NIP. 196606171990011001



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Aulia Miftaliha
No. Induk Mahasiswa : 02011282126158
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 11 Agustus 2003
Fakultas : Hukum
Strata Pendidikan : S1
Program Studi : Ilmu Hukum
Program Kekhususan : Hukum Perdata

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah diajukan untuk memperoleh gelar di Perguruan Tinggi manapun tanpa mencantumkan sumbernya. Skripsi ini juga tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah dipublikasikan atau ditulis oleh siapapun tanpa mencantumkan sumbernya dalam teks.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Apabila saya terbukti telah melakukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menanggung segala akibat yang timbul dikemudian hari sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Indralaya, 23 April 2025



Aulia Miftaliha

NIM. 02011282126158

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Never let your fear decide your fate. Survival isn't luck, It's mindset.”

~

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT.
2. Kedua Orang Tua
3. Ketiga Saudara Kandung
4. Keluarga Besar
5. Para Guru dan Dosen
6. Sahabat dan Teman-teman
7. Almamater

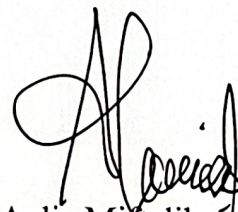
KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Yang Maha Esa karena berkat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Tanggung Jawab Hukum Terhadap *Seller* Tiktok Shop Atas Ketidaksesuaian Produk Dengan Video Promosi”**.

Skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mengikuti ujian skripsi/komprehensif guna memperoleh gelar Sarjana Hukum pada program kekhususan/bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya. Secara khusus, penulis ucapkan terima kasih kepada Bapak Drs. H. Murzal Zaidan, S.H., M.Hum., dan Ibu Dian Afrilia, S.H., M.H., yang telah membimbing dan membina penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengharapkan kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pembaca.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat menerima berbagai saran dan kritik konstruktif dari berbagai pihak guna memperbaiki skripsi ini. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat secara teoretis maupun praktikal bagi para pembaca.

Indralaya, **23** April 2025



Aulia Miftaliha

NIM. 02011282126158

UCAPAN TERIMA KASIH

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur tiada hentinya dipanjatkan kehadirat Allah SWT. serta atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan lancar. Pada kesempatan ini, penulis ingin menghaturkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang sudah banyak membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi baik yang berupa materi maupun moral, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Maka dalam penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Sriwijaya beserta jajarannya;
2. Bapak Prof. Dr. H. Joni Emirzon S.H., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
3. Bapak Dr. Muhammad Syaifuddin, S.H., M.Hum., selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
4. Ibu Vegitya Ramadhani Putri, S.H., S.Ant., M.A., LL.M. selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
5. Bapak Dr. Zulhidayat, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
6. Ibu Helena Primadianti Sulistyaningrum, S.H., M.H., selaku Ketua Program Studi Kekhususan Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;

7. Bapak Drs. H. Murzal Zaidan, S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing Utama yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan telah membimbing, memberikan arahan serta berbagi ilmu dan wawasan yang sangat berharga hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik. Terima kasih atas dedikasi dan dukungan yang tidak ternilai kepada penulis;
8. Ibu Dian Afrilia, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Pembantu yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan dan masukan dalam perjalanan penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran dan keikhlasan kepada penulis;
9. Bapak Dr. Irsan, S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah membantu kelancaran akademik penulis. Terima kasih atas dukungan dan kesediaan kepada penulis;
10. Orang tua penulis, Ibuku Nurmala dan Ayahku Iskandar Maliki yang tanpa lelah memberikan cinta, kasih sayang, dukungan, doa serta nasihat berharga dalam setiap langkah kehidupan penulis. Terima kasih atas pengorbanan, kesabaran dan keikhlasan yang tiada batas sejak penulis lahir hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Segala pencapaian ini tidak lepas dari restu dan doa tulus dari Ibu dan Ayah.
11. Kakak Iknax Febrian, abang Yodi Agista Diwanda dan ecik Ananda Chodio Amali yakni kakak kandung penulis yang telah memberikan do'a, motivasi serta bantuan secara materiil dan immateriil kepada penulis selama perkuliahan;

12. Sahabat perjuanganku Nurul Hasanah, Dwi Putri Maharani, Lathifah Rabbaniyah di perkuliahan ini yang telah memberikan semangat dan dukungan emosional yang tak henti-hentinya;
13. Sahabat kecilku Divalia Hafidzah dan Siti Salsabila Putri yang selalu memberikan kepercayaan, dukungan, motivasi dan menjadi tempat penulis berkeluh kesah serta bercanda tawa;
14. Reyhan Tri Verdiansyah yang selalu memberikan semangat, keyakinan, motivasi dan segala bantuan kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
15. Teman-teman akrab penulis dalam menemani perjalanan perkuliahan yang berkesan, Ara, Rheina, El, Salma, Dafi, Fakhri, Joseph, Gabriel, Rehan, Ihsan yang sudah berbagi hiburan canda tawa kepada penulis;
16. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya yang selama ini telah memberikan ilmu pengetahuan dan arahan kepada mahasiswa;
17. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya yang telah bersabar dalam melayani administrasi mahasiswa serta memberikan kemudahan dan kelancaran informasi sarana-prasarana selama penulis menjalani perkuliahan, baik secara daring maupun luring;
18. Bapak Dedi dan Bapak Aprizal selaku satpam Fakultas Hukum yang selalu memberikan info dan mengabarkan penulis terkait info akan adanya dosen di kampus;

19. Kepada seluruh keluarga, sahabat dan teman-teman Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Angkatan 2021 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberi dukungan dan semangat dalam penulisan skripsi ini;
20. Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu dalam skripsi ini yang telah memberikan berkontribusi terhadap kelancaran dalam penulisan skripsi serta di masa perkuliahan saya.
21. Serta tidak lupa diriku sendiri. Terima kasih telah bertahan di saat-saat sulit, tetap melangkah meski lelah dan tidak menyerah ketika tantangan datang silih berganti. Setiap do'a, usaha, air mata dan kerja keras yang telah kulalui menjadi bukti bahwa aku mampu melewati semuanya. Perjuanganku yang kulalui secara mandiri untuk semua urusan demi kelancaran skripsi ini adalah bukti bahwa aku mampu menghadapinya dengan keteguhan hati. Skripsi ini bukan sekadar hasil akademik, tapi simbol dari keyakinanku pada diri sendiri. *So Proud of Myself, You did it!*

Akhir kata semoga skripsi ini dapat menjadi bahan ilmu pengetahuan dan dapat berguna bagi penulis, pembaca maupun pihak-pihak lain yang membutuhkan. Semoga Allah SWT memberikan kita semua pahala yang berlipat ganda dan semoga ilmu yang penulis dapatkan bisa menjadi berkah dan manfaat bagi kita semua. Aamiin, Allahumma Aamiin.

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoretis	9
2. Manfaat Praktis	9
E. Ruang Lingkup Penelitian	11
F. Kerangka Teori.....	11
1. Teori Perlindungan Konsumen	12
2. Teori Perjanjian.....	13
G. Metode Penelitian	14
1. Jenis Penelitian.....	14
2. Pendekatan Penelitian	15
3. Jenis dan Sumber Bahan Hukum	16
4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum	18
5. Teknik Pengolahan Bahan Hukum.....	18
6. Analisis Bahan Hukum	19
7. Teknik Penarikan Kesimpulan	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian.....	21

1. Pengertian Perjanjian	21
2. Asas-Asas Perjanjian	22
B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen	25
1. Pengertian Perlindungan Konsumen	25
2. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen.....	26
3. Prinsip-prinsip Perlindungan Konsumen	28
C. Tinjauan Umum Tentang Hak Dan Kewajiban Antara Konsumen Dan Seller	30
1. Pengertian Konsumen	30
2. Pengertian <i>Seller</i>	31
3. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	33
4. Hak dan Kewajiban <i>Seller</i>	35
D. Tinjauan Umum Tentang Video Promosi Sebagai Media Pemasaran.....	37
1. Pengertian Video Promosi	37
2. Fungsi Video Promosi.....	38
3. Jenis Video Promosi	40
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Tanggung Jawab Hukum Seller Tiktok Shop Atas Ketidaksesuaian Produk Dengan Video Promosi Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UU ITE)	45
1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	47
2. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).....	52
B. Peran Platform Tiktok Shop Dalam Memberikan Sanksi dan Mengawasi Kepatuhan Seller Terhadap Penegakan Hak Konsumen.....	57
1. Kebijakan TikTok Shop Terhadap <i>Seller</i> Dalam Pengawasan	59
2. Kebijakan TikTok Shop Terhadap <i>Seller</i> Dalam Pemberian Sanksi	62
3. Mekanisme Penyelesaian Sengketa Pada Platform TikTok Shop.....	66
BAB IV PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 : Bukti chat komplain antara <i>seller</i> dan konsumen	4
Gambar 3. 1 : Ikhtisar Kebijakan TikTok Shop tentang Pengiriman yang Bersifat Menipu	60
Gambar 3. 2 : Ikhtisar Kebijakan TikTok Shop tentang Praktik yang Dilarang	61
Gambar 3. 3 : Ikhtisar Kebijakan TikTok Shop tentang Alasan dan Poin Pelanggaran.....	63
Gambar 3. 4 : Ikhtisar Kebijakan TikTok Shop tentang Konsekuensi Poin Pelanggaran	64
Gambar 3. 5 : Ikhtisar Kebijakan TikTok Shop tentang Sanksi Tambahan Tindak Penegakan.....	65

ABSTRAK

Nama : Aulia Miftaliha

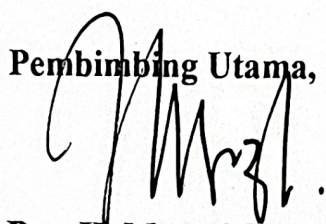
NIM : 02011282126158

Judul Skripsi : **Tanggung Jawab Hukum Terhadap *Seller* TikTok Shop Atas Ketidaksesuaian Produk Dengan Video Promosi**

Fenomena ketidaksesuaian produk dengan video promosi di TikTok Shop menjadi isu populer dimana menimbulkan kerugian bagi konsumen dan persoalan hukum terkait tanggung jawab *seller* dalam memastikan keakuratan informasi produk yang ditayangkan. *Seller* kerap menggunakan strategi pemasaran yang menarik tetapi produk yang diterima tidak sesuai dengan tampilan visual video. Tujuan penelitian ini menganalisis tanggung jawab hukum *seller* atas ketidaksesuaian produk dengan video promosi dan peran platform TikTok Shop dalam memberikan sanksi dan mengawasi kepatuhan *seller*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual dan studi kasus. Data yang dianalisis secara kualitatif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai isu hukum yang diteliti. Penelitian menunjukkan bahwa *seller* bertanggung jawab secara hukum termasuk kaitannya dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU ITE dan PP PMSE. Sementara TikTok Shop berperan dalam menegakkan kepatuhan *seller* melalui pengawasan dan sanksi. Pelanggaran dapat berujung pada ganti rugi berupa pengembalian dana atau pengembalian barang, namun jika *seller* menghindari tanggung jawabnya konsekuensinya peringatan hingga pemblokiran akun. Adapun mekanisme penyelesaian sengketa terlebih dahulu dilakukan melalui mediasi, lalu pengaduan pada platform TikTok Shop hingga ke jalur litigasi.

Kata Kunci: *Ketidaksesuaian Produk, Penyelesaian Sengketa, Seller, Tanggung Jawab Hukum, Video Promosi*

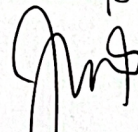
Pembimbing Utama,



Drs. H. Murzal Zaidan, S.H., M.Hum.
NIP. 196003121989031002

Indralaya, 23 April 2025

Pembimbing Pembantu,

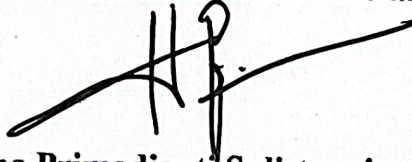


Dian Afrilia, S.H., M.H.
NIP. 198204132015042003

Mengetahui,

Ketua Bagian Hukum Perdata

Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya



Helena Primadianti Sulistyaningrum, S.H., M.H.
NIP. 198609142009022004

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Transformasi yang dibawa oleh teknologi informasi dan komunikasi telah memengaruhi berbagai bidang kehidupan diantaranya adalah dunia perdagangan. Satu diantara wadah digital yang semakin menarik perhatian di kalangan dunia maya adalah TikTok Shop sebagai sarana yang memfasilitasi pengguna untuk melakukan pembelian produk secara langsung. Fitur ini memanfaatkan video promosi untuk menarik minat konsumen dengan menampilkan produk secara menarik dan interaktif. Firma riset statistika melaporkan bahwa April 2023 TikTok memiliki lebih dari 113 juta pengguna di Indonesia. Angka ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak kedua di dunia setelah Amerika Serikat. Selain itu, TikTok Shop telah menjadi wadah *marketplace daring* terkemuka di Indonesia dengan pertumbuhan pangsa pasar yang terus meningkat.¹

Namun, seiring dengan meningkatnya penggunaan TikTok Shop, muncul berbagai permasalahan hukum akibat ketidaksesuaian antara produk yang diterima oleh konsumen dan yang dijanjikan pada video promosinya. Permasalahan tersebut dapat berupa perbedaan produk, kualitas, kuantitas serta

¹ Wahyunanda Kusuma Pertiwi. 2023. "Pengguna TikTok di Indonesia Tembus 113 Juta, Terbesar Kedua di Dunia". *Kompas.com*. Diakses pada 4 Oktober 2024. <https://tekno.kompas.com/read/2023/07/10/11000067/pengguna-tiktok-di-indonesia-tembus-113-juta-terbesar-kedua-di-dunia>

spesifikasi atau bahkan kondisi fisik produk yang dikirim. Ketidaksesuaian tersebut tentu berpotensi menimbulkan kerugian kepada konsumen. Sejumlah konsumen menyampaikan keluhan tentang produk yang mereka terima tidak sesuai dengan deskripsi atau tampilan dalam video promosi.² Dalam situasi seperti ini, konsumen seringkali mengajukan *refund* atau retur barang sebagai langkah untuk menuntut hak-hak mereka. Proses pengajuan *refund* ini meskipun telah diatur dalam berbagai regulasi perlindungan konsumen, sering kali menemui berbagai kendala.

Penolakan retur ataupun *refund* oleh *seller* menjadi salah satu isu yang paling populer yang menimbulkan kerugian bagi konsumen. Penolakan tersebut bisa terjadi karena berbagai alasan, mulai dari kebijakan *seller* yang tidak transparan, kurangnya komunikasi antara *seller* dan konsumen hingga ketidaktahuan konsumen mengenai prosedur pengembalian barang. Hal ini menunjukkan adanya celah dalam implementasi hukum yang seharusnya memberikan perlindungan bagi konsumen. Meskipun dalam hukum tertulis terdapat ketentuan yang melindungi hak konsumen untuk mendapatkan *refund* ataupun retur barang, dalam praktiknya sering kali ditemukan hambatan yang menghalangi konsumen untuk menegakkan hak mereka. Dengan demikian hal ini menimbulkan pertanyaan tentang tanggung jawab hukum para *seller* di platform ini.

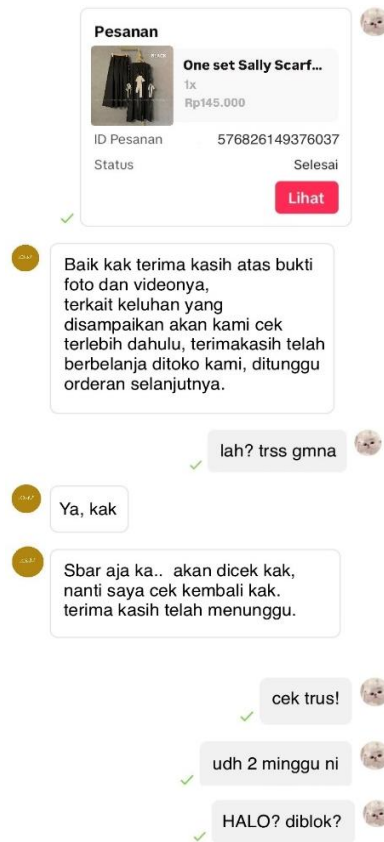
² Aldi Rozzaq Bimantara, Edi Pranoto. 2023. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Dalam Transaksi Jual Beli Barang di Online Shop". *PLEDOI Jurnal Hukum dan Keadilan*. Vol. 3(1), hlm.72

Di tengah pesatnya teknologi digital, platform *e-commerce* seperti TikTok Shop menawarkan kemudahan berbelanja bagi konsumen.³ Namun, kemudahan ini tidak selalu diiringi dengan kepastian hukum yang memadai bagi konsumen. Penulis mengangkat penelitian ini berdasarkan pengalaman pribadi dan teman penulis, Siti Salsabila Putri yang mengalami kerugian akibat ketidakjujuran *seller* di TikTok Shop. Penulis membeli produk *skincare* dengan promosi “Buy 1 Get 1” sesuai dengan video promosi yang ditayangkan yang dimana ketika diterima ternyata barang tersebut berbeda dari yang dijanjikan. Produknya diterima hanya satu dan mirisnya berbeda dari yang diinginkan. Upaya untuk menghubungi *seller* guna meminta pengembalian dana (*refund*) atau pengembalian barang (*retur*) tidak mendapatkan respon meskipun sudah dilakukan berkali-kali.

Kasus serupa juga dialami oleh teman penulis, Siti Salsabila Putri yang membeli satu set pakaian gamis melalui TikTok Shop. Deskripsi dan video promosi yang ditampilkan terkait bahan maupun kuantitas barang sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan dan ekspektasinya. Namun, produk yang diterima sangat berbeda yaitu hanya berupa rok. Ketika teman penulis mencoba menghubungi *seller* untuk komplain dan meminta pengembalian barang dan pengembalian dana, *seller* tidak merespon dan bahkan memblokir akun teman penulis.

³ Muhammad Bintang Priyono, Dian Permata Sari. 2023. “Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia”. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. Vol. 9(17), hlm. 499.

Gambar 1. 1 : Bukti chat komplain antara seller dan konsumen



Sumber : Room chat platform TikTok Shop Kasus Siti Salsabila Putri

Pengalaman ini menegaskan pentingnya penelitian mengenai tanggung jawab hukum *seller* dalam transaksi *e-commerce* khususnya di TikTok Shop untuk menjamin perlindungan yang lebih optimal pada konsumen dan memastikan adanya mekanisme ganti rugi yang efektif. Dari kedua pengalaman tersebut menegaskan bahwa meskipun regulasi telah ada, pelaksanaannya di lapangan sering kali tidak efektif sehingga konsumen tidak mendapatkan perlindungan yang seharusnya.

Dalam konteks hukum perlindungan konsumen, ketidaksesuaian produk dengan video promosi bisa dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap hak-hak

konsumen. Konsumen berhak memperoleh hak atas produk yang sesuai dengan klaim dalam video promosi. Konsumen dapat mengajukan pengaduan dan menuntut penggantian apabila produk yang diterima berbeda dengan yang dijanjikan. Perlindungan hak konsumen di Indonesia diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 yang memberikan payung hukum bagi upaya penegakan hak-hak mereka. Selain itu, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) juga menjamin tentang transaksi elektronik sekaligus meningkatkan perlindungan pengguna dalam transaksi daring.

Dalam praktiknya, perlindungan konsumen mungkin tidak berjalan seefektif hukum yang tertulis. Tidak sedikit konsumen yang kurang menyadari hak-hak mereka atau kesulitan untuk menuntut *seller* melalui jalur hukum. Meskipun secara aturan *seller* harus bertanggung jawab, konsumen mungkin kesulitan menuntut kompensasi atau pertanggungjawaban bahkan ketika aturan hukum tersebut jelas, pelaksanaannya sering kali tidak efektif yang menciptakan ketimpangan antara aturan hukum tertulis dan penerapannya dalam kenyataan. *Seller* TikTok Shop yang melanggar aturan mungkin sulit ditindak tegas jika konsumen tidak memahami mekanisme pengaduan atau jika proses hukum dirasa terlalu rumit atau lambat. Hal ini menunjukkan bahwa senyatanya, proteksi terhadap konsumen acap kali tidak sebanding dengan ketentuan yang tertulis dalam undang-undang.⁴

⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2022. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika. hlm.

Sebagaimana diketahui, *seller* dan konsumen telah menjalin perjanjian dalam transaksi jual beli maupun ikatan kontrak kerja antara *seller* dengan TikTok Shop. Keadaan ini termasuk dalam suatu perikatan yang memiliki dasar hukum. Meninjau Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) yang mengatur tentang empat syarat sah perjanjian yaitu:

1. Kesepakatan para pihak;
2. Kecakapan untuk membuat perikatan;
3. Suatu hal tertentu;
4. Dan suatu sebab yang halal.

Dalam hal ketika terjadi ketidaksesuaian produk dengan video promosi, *seller* dapat dianggap melanggar syarat objek yakni suatu hal tertentu. Persyaratan ini mengharuskan bahwa objek dalam perjanjian harus terdefinisi dengan jelas dan sejalan dengan harapan awal konsumen sesuai perjanjian yang dibuat. Sudah menjadi hak konsumen untuk berharap bahwa produk yang dibeli sesuai dengan informasi yang disajikan dalam video promosi. Namun, jika produk yang diterima ternyata berbeda dari yang dipromosikan, baik dari segi kualitas, spesifikasi atau kondisi lainnya maka objek perjanjian dianggap tidak memenuhi syarat tersebut. Ketidaksesuaian ini menciptakan kerugian bagi konsumen dan juga menunjukkan bahwa *seller* tidak memenuhi syarat objek tertentu tersebut.

Dalam perjanjian jual beli berlaku asas kebebasan berkontrak dimana memberikan ruang bagi para pihak untuk merancang isi perjanjian sesuai kebutuhan, dengan syarat tidak berlawanan dengan hukum, kepatutan dan

ketertiban umum.⁵ Dalam transaksi pada TikTok Shop, *seller* dan konsumen memiliki kebebasan untuk menyepakati syarat dan ketentuan terkait produk yang diperjualbelikan, termasuk harga, spesifikasi, dan lain sebagainya. Namun kebebasan ini tidak berarti bahwa *seller* dapat dengan leluasa mengabaikan hak-hak konsumen. Ketika *seller* gagal memenuhi kewajibannya untuk menyediakan produk yang sesuai dengan promosi atau deskripsi yang dijanjikan, kebebasan berkontrak tersebut tetap terikat oleh ketentuan hukum yang mengatur perlindungan konsumen.

Selanjutnya, jika *seller* enggan menanggung kesalahan dalam transaksi, akibatnya memicu permasalahan hukum terkait hak-hak konsumen. Penolakan *refund* atau retur oleh *seller* tak hanya merugikan konsumen dalam bentuk materiil namun juga menimbulkan pertanyaan mengenai mekanisme penegakan hak-hak konsumen di platform seperti TikTok Shop. Oleh sebab itu urgensinya untuk menelaah lebih lanjut tanggung jawab hukum *seller* dalam transaksi *e-commerce* guna mengupayakan perlindungan dengan langkah yang lebih optimal bagi konsumen.

Penulis tertarik mengangkat penelitian ini bukan hanya karena pengalaman pribadi yang pernah dirugikan, tetapi juga karena penulis juga meyakini senyatanya setiap orang pasti pernah mengalami permasalahan pada studi kasus ini. Karya tulis ini diharapkan mampu memberikan manfaat dalam memperkuat perlindungan konsumen serta menetapkan tanggung jawab hukum

⁵ Dwi Atmoko. 2022. "Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Suatu Perjanjian Baku." *Binamulia Hukum*. Vol.11(1), hlm. 85.

yang jelas bagi para *seller*. Selain itu, penelitian ini akan mengkaji peran TikTok Shop dalam memastikan dan mengawasi kepatuhan *seller* terhadap aturan perlindungan konsumen di Indonesia. Karena alasan tersebut, penulis menetapkan judul penelitian **“TANGGUNG JAWAB HUKUM TERHADAP SELLER TIKTOK SHOP ATAS KETIDAKSESUAIAN PRODUK DENGAN VIDEO PROMOSI.”**

B. Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini mengajukan rumusan masalah antara lain:

1. Bagaimana tanggung jawab hukum *seller* TikTok Shop atas ketidaksesuaian produk dengan video promosi menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) di Indonesia?
2. Bagaimana peran platform TikTok Shop dalam hal memberikan sanksi dan mengawasi kepatuhan *seller* terhadap penegakan hak konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian ini dapat dirinci antara lain:

1. Menganalisis tanggung jawab hukum *seller* TikTok Shop atas ketidaksesuaian produk dengan video promosi menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) di Indonesia.

2. Menganalisis dan mengidentifikasi peran platform TikTok Shop dalam memberikan sanksi dan mengawasi kepatuhan *seller* terhadap penegakan hak konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dirancangnya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoretis maupun praktis. Manfaat yang dimaksud adalah antara lain:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini memberikan kegunaan untuk dikontribusikan dalam pengembangan hukum secara akademis, khususnya dalam ranah perlindungan konsumen juga perdagangan elektronik. Dengan menganalisis tanggung jawab hukum *seller* TikTok Shop atas ketidaksesuaian produk dengan video promosi, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan UU ITE dalam konteks perdagangan elektronik. Kemudian hasil penelitian dapat menjadi bahan rujukan bagi akademisi dan peneliti lain yang tertarik untuk mendalami lebih lanjut isu-isu baru yang serupa di masa mendatang⁶.

2. Manfaat Praktis

Tidak hanya berkontribusi secara teori penelitian tersebut memiliki manfaat praktis, seperti:

a. Bagi Konsumen

⁶ Albi Anggito dan Johan Setiawan. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Jejak. hlm. 34.

Memberikan pemahaman yang lebih deskriptif dalam memahami hak-hak mereka dalam transaksi *e-commerce* dan tindakan yang dapat diambil jika menghadapi isu ketidaksesuaian produk. Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran konsumen akan pentingnya memilih *seller* yang terpercaya.

b. Bagi *Seller*

Menyediakan panduan mengenai tanggung jawab hukum mereka dalam menjual produk melalui TikTok Shop, sehingga dapat mengurangi risiko sengketa dengan konsumen. Penelitian ini juga dapat membantu *seller* memahami pentingnya transparansi dan kejujuran dalam promosi produk.

c. Bagi TikTok Shop

Memberikan masukan mengenai peran dan tanggung jawab platform dalam mengawasi kepatuhan *seller* terhadap aturan perlindungan konsumen. Studi ini juga berperan dalam mendukung TikTok Shop dalam mengembangkan kebijakan dan sistem pengawasan yang lebih efisien untuk melindungi konsumen.

d. Bagi Pembuat Kebijakan

Menyediakan hasil analisis yang dapat dijadikan dasar dalam pengembangan regulasi yang makin kuat guna perlindungan konsumen di era modern ini. Penelitian ini juga dapat membantu pemerintah dalam mengidentifikasi celah-celah hukum yang perlu diperbaiki untuk

meningkatkan jika ada sengketa hukum yang baru di masa mendatang terkait perlindungan konsumen.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Karya tulis yang digarap ini menganalisis tanggung jawab hukum *seller* TikTok Shop atas ketidaksesuaian produk dengan video promosi serta peran platform dalam mengawasi dan mengimplementasikan sanksi ke *seller* yang enggan memenuhi hak konsumen. Fokusnya adalah pada ketentuan dalam UUPK dan UU ITE serta bagaimana hukum mengatur penyelesaian sengketa. Penelitian ini juga mengeksplorasi mekanisme pengawasan dan sanksi yang diterapkan oleh TikTok Shop serta menilai efektivitas tindakan maupun cara dalam menindaklanjuti aduan konsumen. Karena sebab itu, karya tulis ini dimaksudkan dapat berperan dalam memperkaya ilmu hukum, juga memberikan rekomendasi kebijakan yang lebih efektif untuk melindungi konsumen di platform *e-commerce*.

F. Kerangka Teori

Dalam menganalisis aspek tanggung jawab hukum *seller* TikTok Shop terkait ketidaksesuaian produk dengan video promosi, penelitian ini akan berlandaskan pada sejumlah teori hukum yang berhubungan, di antaranya:

1. Teori Perlindungan Konsumen

Menurut Mochtar Kusumaatmadja dalam teorinya mengenai Teori Perlindungan Konsumen yakni kumpulan prinsip dan ketentuan hukum yang mengatur relasi dan permasalahan antara berbagai pihak dalam transaksi pertukaran barang atau jasa yang dikonsumsi dalam kehidupan masyarakat⁷. Dalam konteks penelitian ini, teori tersebut membantu menjelaskan bagaimana regulasi perlindungan konsumen berfungsi guna menetapkan ketentuan dan menyelesaikan masalah yang timbul antara konsumen dan *seller* di platform *e-commerce* seperti TikTok Shop.

Saat terdapat perbedaan antara barang yang diterima oleh pelanggan dan yang diiklankan dalam video, hukum perlindungan konsumen memberikan kerangka kerja yang jelas untuk menilai tanggung jawab *seller* dan juga kerangka hak konsumen. Teori ini juga menekankan pentingnya adanya aturan yang mengatur setiap pihak dalam transaksi dimana bersifat mengikat, termasuk *seller* dan layanan wadah *e-commerce* untuk mempertegas bahwa konsumen mendapatkan produk yang selaras dengan uraian dan promosi yang diberikan dan menganalisis bagaimana hukum tersebut dapat diterapkan demi memastikan amannya pelanggan serta memastikan pertanggungjawaban pada *seller* atas ketidaksesuaian suatu produk yang mereka iklankan di TikTok Shop.

⁷ Zaky Haidar Farras. 2023. "Perlindungan konsumen terkait barang Refund yang dijual di toko online: Studi kasus Platform Tokopedia". *UIN Sunan Gunung Djati Bandung*. Vol. 4, hlm. 130.

2. Teori Perjanjian

R. Wirjono Projodikoro mendefinisikan perjanjian sebagai suatu ikatan hukum terkait harta benda antara dua pihak, di mana satu pihak berkomitmen untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu, sementara pihak lainnya berhak menuntut pelaksanaannya⁸. Dalam konteks penelitian ini, perjanjian terjadi ketika konsumen membeli produk dari *seller* di TikTok Shop berdasarkan deskripsi dan video promosi yang disediakan. *Seller* berjanji untuk mengirimkan barang yang mencerminkan spesifikasi dan informasi yang dipaparkan dalam promosi. Ketika produk sampai ke tangan pembeli tak selaras, tentu *seller* telah melanggar perjanjian tersebut.

Teori perjanjian membantu menjelaskan dasar hukum dari transaksi antara konsumen dan *seller*. Ketika terjadi ketidaksesuaian produk, konsumen memiliki hak untuk menuntut pelaksanaan perjanjian, yaitu mendapatkan produk yang sesuai atau menerima ganti rugi. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana hukum yang ada seperti UUPK dan UU ITE mengatur kewajiban serta hak kedua pihak dan juga bagaimana prosedur beresnya sengketa dapat dilakukan dalam hal terjadinya pelanggaran perjanjian oleh *seller*. Dengan demikian, teori perjanjian menurut R. Wirjono Projodikoro memberikan kerangka hukum guna menilai tanggung jawab *seller* dan hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* di TikTok Shop.

⁸ Badrulzaman. 2014. *Hukum Perikatan dalam KUH Perdata Buku Ketiga Yurisprudensi, Doktrin serta Penjelasan*. Bandung: Mandar Maju. hlm. 21

G. Metode Penelitian

Metode penelitian dapat dibagi menjadi dua aspek utama, yakni metode sebagai cara untuk menyelesaikan suatu permasalahan serta penelitian sebagai proses pemeriksaan yang dilakukan secara seksama dan sistematis dengan kegunaan untuk bertambahnya wawasan serta pengetahuan manusia. Untuk itu metode yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini antara lain:

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam studi yakni penelitian hukum normatif yang berorientasi pada telaah hukum tertulis termasuk aturan atau perundang-undangan, putusan pengadilan, doktrin hukum dan juga konsep-konsep yang berkembang dalam ilmu hukum. Pada karya ini, peneliti mendalami paparan hukum pada konteks norma atau aturan tertulis dan diakui secara formal serta menelusuri bagaimana aturan-aturan tersebut seharusnya diterapkan dalam berbagai situasi hukum⁹. Penelitian hukum normatif dapat dikategorikan demikian karena tujuan utamanya adalah untuk menganalisis dan mengevaluasi peraturan yang relevan serta menguji konsistensinya dengan prinsip-prinsip hukum, asas-asas hukum dan juga tujuan hukum yang lebih besar.¹⁰

⁹ Johnny Ibrahim. 2015. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayumedia. hlm. 57

¹⁰ I Made Pasek Diantha. 2016. *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum*. Prenada Media. hlm. 14

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian hukum normatif umumnya dilibatkan dengan memakai berbagai pendekatan penelitian. Dalam konteks karya ini, beberapa pendekatan yang digunakan antara lain berikut:

1) Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*)

Dalam konteks ini menelaah ketentuan hukum tertulis yang dilibatkan dengan permasalahan yang dibahas. Peneliti mengidentifikasi, menelaah dan menganalisis ketentuan dalam undang-undang atau regulasi lain untuk memahami bagaimana aturan tersebut mengatur suatu permasalahan hukum.

2) Pendekatan konseptual (*conceptual approach*)

Pada konteks ini berfokus dengan paparan terhadap konsep atau doktrin hukum yang berhubungan dengan topik yang dialami. Pendekatan tersebut berguna agar memahami prinsip-prinsip dasar hukum dan teori yang mendasari aturan-aturan tersebut. Konsep-konsep hukum seperti tanggung jawab, kewajiban dan hak yang akan dianalisis secara mendalam untuk memahami secara komprehensif terhadap peristiwa bagaimana hukum seharusnya bekerja.

3) Pendekatan kasus (*case approach*)

Selanjutnya hal ini berkaitan pada kasus/isu relevan dipelajari untuk melihat bagaimana hukum diterapkan. Namun jika tidak ada kasus nyata, pendekatan ini dapat digantikan dengan kasus imajiner atau hipotesis, dimana peneliti menciptakan skenario hipotesis untuk

menguji bagaimana hukum akan diterapkan. Pendekatan ini tetap relevan karena memberikan gambaran tentang bagaimana aturan-aturan hukum dipraktikkan dalam situasi nyata¹¹.

Pendekatan-pendekatan tersebut digunakan karena tujuan utama penelitian hukum normatif adalah memahami, mengklarifikasi dan menguji aturan hukum, baik dalam konteks teori maupun praktik.

3. Jenis dan Sumber Bahan Hukum

Penelitian ini mengelompokkan sumber dari bahan hukum dalam kategori antara lain:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer terdiri dari ketentuan hukum yang memiliki daya ikat dan kekuatan hukum yang sah dan menjadi dasar utama dalam penelitian hukum¹². Pada karya tulis ini memakai bahan hukum primer diantaranya:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 3) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

¹¹ Nurul Ulfatin. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan: Teori Dan Aplikasinya*. Media Nusa Creative (MNC Publishing). hlm. 28

¹² David Tan. 2021. "Metode Penelitian Hukum: Mengupas Dan Mengulas Metodologi Dalam Menyelenggarakan Penelitian Hukum". *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*. Vol. 8(8), hlm. 2463.

- 4) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE)

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan ini berisikan jenis referensi ilmiah karena membantu menjabarkan, tafsiran atau klarifikasi terhadap materi hukum¹³. Meskipun bahan sekunder ini tak memiliki daya ikat secara yuridis tetapi memberikan wawasan teoretis, interpretasi dan pandangan yang lebih mendalam terkait isu hukum tertentu. Bahan hukum sekunder membantu peneliti memahami bagaimana hukum diinterpretasikan dan diaplikasikan dalam praktik. Dalam penelitian ini bahan hukum sekunder mencakup:

- 1) Buku-buku hukum
- 2) Jurnal Hukum
- 3) Artikel Hukum
- 4) Karya Ilmiah maupun penelitian yang berkaitan dengan *e-commerce*

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan ini berguna sebagai referensi yang mendukung pemahaman deskriptif terhadap bahan hukum utama dan pendukung termasuk dalam bentuk kamus hukum, indeks literatur, koran atau surat kabar dan internet.

¹³ *Ibid*, hlm. 2469.

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Dalam karya tulis ini, teknik pengumpulan bahan hukum menggunakan teknik dengan langkah terdiri pengumpulan peraturan hukum, penelitian dokumen studi pustaka (*library research*), membaca buku dan sumber lainnya. Setelah diperolehnya dokumen hukum berasal dari penelusuran kepustakaan, oleh karenanya pengelolaan dokumen hukum dilakukan dengan melakukan analisis sistematis terhadap dokumen hukum tertulis. Sistem dalam hal ini mencakup klasifikasi dokumen hukum untuk memudahkan dalam menganalisis.

5. Teknik Pengolahan Bahan Hukum

Studi ini dijalankan dengan analisis kualitatif yaitu dengan menelaah, menafsirkan dan mengkaji aturan-aturan hukum yang berkorelasi berdasarkan bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Selanjutnya melibatkan interpretasi terhadap undang-undang, peraturan, doktrin hukum, juga literatur yang ada agar memahami bagaimana aturan-aturan tersebut seharusnya diterapkan dalam konteks permasalahan yang diangkat. Peneliti juga akan melakukan penafsiran sistematis terhadap peraturan perundang-undangan baik secara gramatikal (berdasarkan teks peraturan) maupun secara kontekstual (berdasarkan tujuan atau asas hukum yang mendasari peraturan tersebut)¹⁴. Semua hasil analisis ini kemudian disusun secara logis untuk merumuskan kesimpulan hukum yang koheren.

¹⁴ Kornelius Benuf, Muhamad Azhar. 2020. "Metodologi Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer". *Gema Keadilan*. Vol.7(1), hlm. 29.

6. Analisis Bahan Hukum

Evaluasi dan interpretasi bahan hukum dilakukan dalam analisis ini untuk menelaah serta memahami dan menerapkan hukum secara tepat. Analisis bahan hukum pada karya ini dimulai dengan mengidentifikasi dan mengklasifikasikan beberapa bahan hukum, termasuk bahan hukum primer sampai bahan hukum tersier. Kemudian jika bahan hukumnya diidentifikasi, berikutnya adalah untuk menafsirkan maksud ataupun esensi yang ingin dicapai oleh peraturan tersebut. Interpretasi hukum bertujuan untuk menentukan bagaimana hukum seharusnya diterapkan dalam situasi tertentu. Kemudian sintesis dan evaluasi, dimana peneliti menggabungkan temuan dari berbagai sumber dan mengevaluasi implikasi hukum dari temuan tersebut. Hal ini termasuk menilai efektivitas peraturan yang ada dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan hukum jika diperlukan.

7. Teknik Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini ditarik secara deduktif, yaitu dengan menganalisis bahan hukum yang telah dihimpun untuk memperoleh hasil yang terolah dan signifikan. Saat membuat kesimpulan diperlukan penerapan tipe pemahaman yang sesuai. Biasanya tipe pemahaman melibatkan pendekatan umum dan khusus, dalam konteks analisis perundang-undangan fokus utamanya adalah di pendekatan deduktif sebagai landasan utama, dengan pendekatan induktif berperan sebagai pendekatan pendukung.¹⁵

¹⁵ Nurul Qamar, et al. 2017. *Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods)*. Social Politic Genius (SIGn). hlm. 19

Dalam penelitian ini, digunakan metode deduktif untuk melaksanakan penelitian dengan fokus pada penerapan beberapa aturan yang dirumuskan dalam hukum positif untuk menangani permasalahan hukum secara konkret.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdul Halim Barkatullah. 2019. *Hak-Hak Konsumen*. Bandung: Nusamedia
- Agus Yudha Hernoko. (2019). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Prenada Media.
- Albi Anggito dan Johan Setiawan. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Jejak.
- Badruzaman. 2014. *Hukum Perikatan dalam KUH Perdata Buku Ketiga Yurisprudensi, Doktrin serta Penjelasan*. Bandung: Mandar Maju.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2022. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika.
- I Made Pasek Diantha. 2016. *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum*. Prenada Media.
- Johnny Ibrahim. 2015. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayumedia.
- Nurdianita Fonna. 2019. *Pengembangan revolusi industri 4.0 dalam berbagai bidang*. Medan: Guepedia.
- Nurul Qamar, et al. 2017. *Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods)*. Social Politic Genius (SIGn).
- Nurul Ulfatin. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan: Teori Dan Aplikasinya*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.)

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6905.)

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420.)

JURNAL

Adam Ardiansyah, et.al. 2024. "Peranan Asas-Asas Hukum Perjanjian Dalam Mewujudkan Tujuan Perjanjian Bisnis". *Jurnal Kewirausahaan & Inovasi*, Vol. 3(1), 11-20.

Aldi Rozzaq Bimantara, Edi Pranoto. 2023. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Dalam Transaksi Jual Beli Barang di Online Shop". *PLEDOI Jurnal Hukum dan Keadilan*. Vol. 3(1), 69-78.

Anggitariani Rayi Larasati Siswanta. 2023. "Penerapan Asas Pacta Sunt Servanda dalam Perjanjian Standar yang Mengandung Klausula Eksonerasi Tanpa Menerapkan Asas Itikad Baik". *Jurnal de jure*, Vol. 15(1).

Arpan Sahputra dan Diana Suksesiwy Lubis. 2023. "Perancangan dan Pembuatan Iklan Video sebagai Media Promosi pada Usaha Qorigins Betta". *Jurnal Minfo Polgan*, Vol. 12(1), 988-996.

Ashilla Azzahra Darmawan. 2024. "Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha dengan Konsumen di Media Sosial dan Perlindungan Hukumnya berdasarkan UU ITE dan UUPK". *Bandung Conference Series: Law Studies*, Vol. 4(1).

David Tan. 2021. "Metode Penelitian Hukum: Mengupas Dan Mengulas Metodologi Dalam Menyelenggarakan Penelitian Hukum". *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*. Vol. 8(8) 2463-2478.

Dwi Atmoko. 2022. "Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Suatu Perjanjian Baku." *Binamulia Hukum* Vol.11(1), 81-92.

- Juniver Aron Setiawan, et.al. 2024. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Ketidaksesuaian Informasi Diskon Pada Iklan". *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol. 10(11), 435-439.
- Kartika Eka Rilani dan Taupiqqurrahman. 2023. "Tanggung Jawab Perdata Terhadap Kreator Konten atas Penyebaran Komik Online di Aplikasi TikTok". *Jurnal USM Law Review*, Vol. 6(2), 699-711.
- Kornelius Benuf, Muhamad Azhar. 2020. "Metodologi Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer". *Gema Keadilan*. Vol.7(1) 20-33.
- Muhammad Bintang Priyono, Dian Permata Sari. 2023. "Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia". *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. Vol. 9(17), 497-506.
- Muhammad Ridwan Basalamah. 2021. "Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Shopee". *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 10(15).
- Nina Herlina. 2019. "Penerapan Sanksi Administrasi Dalam Hukum Perlindungan Konsumen". *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, Vol. 7(2), 190-203.
- Niru Anita Sinaga. 2020. "Implementasi Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Hukum Perjanjian". *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, Vol. 10(1).
- Nurul Fadila, Kholifatus Sa'diyah, Krisdayanti. 2024. "Konsep Dasar dan Asas-asas dalam Hukum Perikatan". *Finance: Journal of Accounting and Finance*, Vol. 3(2), 37-45.
- Nurul Fibrianti. 2020. "Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen: Sinergi Negara, Pelaku Usaha dan Konsumen". *Borobudur Law Review*, Vol. 3(2), 90-101.
- Revi Ardila dan Reni Budi Setianingrum. 2025. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Pesanan Di Marketplace Zalora". *Jurnal Res Justitia: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 5(1), 134-149.
- Shinta Primadewi dan Wiwik Fitriyanti. 2022. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulse Pada Live Streaming *E-commerce* Berdasarkan SOR (Stimulus Organism Response) Framework". *Jurnal Sosial Teknologi*, Vol. 2(10), 846-856.

- Stefani. 2021. "Kepastian Hukum Penyelesaian Sengketa *E-commerce* di Indonesia Secara Online". *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*. Vol. 3(07), 1235-1247.
- Syahrudin Nawi. 2018. "Hak dan kewajiban konsumen menurut uu no. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen". *Pleno Jure*, Vol. 7(1), 1-8.
- Tahshinatus Salamah, Retno Catur Kusuma Dewi. 2023. "Circulation of Expired Products in Parcels: A Study of Consumer Protection". *SIGN Jurnal Hukum*, Vol. 5(1), 17-31.
- Tasya Safiranita Ramli. 2020. "Aspek hukum platform *e-commerce* dalam era transformasi digital". *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol. 24(2), 119-136.
- Yusnita Setyoningsih. 2024. "Pengaruh Live Streaming, Video Promotion, Dan E-Wom Terhadap Impulsive Buying Pada Tiktok Shop Di Surabaya". *Jurnal Soetomo Management Review*, Vol. 2(6), 795-803.
- Zaky Haidar Farras. 2023. "Perlindungan konsumen terkait barang Refund yang dijual di toko online: Studi kasus Platform Tokopedia". *UIN Sunan Gunung Djati Bandung*. Vol. 4, 124-145.

WEBSITE/SITUS INTERNET

- Akhdi Martin Pratama. 2023. "Cara Mengajukan Pengembalian Dana Di TikTok Shop". Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2023/05/07/141000526/cara-mengajukan-pengembalian-dana-di-tiktok-shop>. Diakses pada 11 Februari 2025.
- Astri Novaria. 2023. "Pengertian Konsumen dan Cara Mengenali Perilaku". *Media Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/humaniora/560423/pengertian-konsumen-dan-cara-mengenali-perilaku>. Diakses pada 26 Januari 2025.
- GoodStats. 2025. "Indonesia Jadi Negara Dengan GMV TikTok Shop Terbesar Ke-2 Di Dunia". goodstats.id/article/indonesia-menjadi-negara-dengan-gmv-tiktok-shop-terbesar-kedua-di-dunia
ul0hi#:~:text=Di%20urutan%20kedua%2C%20Indonesia%20mencatat,ko

nsumsi%20digital%20yang%20terus%20berkembang. Diakses pada 1 Februari 2025.

Jagoan Hosting Team. 2024. "Panduan Optimasi SEO Untuk eCommerce Agar Dapat Traffic." *Blog Jagoan Hosting*. www.jagoanhosting.com/blog/seo-ecommerce/. Diakses pada 26 Januari 2025.

Laudia Tysara. 2024. "Cara Retur Barang Di TikTok Shop, Jangan Tertipu Penjual Nakal." *Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/hot/read/5703868/cara-retur-barang-di-tiktok-shop-jangan-tertipu-penjual-nakal?page=2>. Diakses pada 11 Februari 2025.

Tandahijau.com. 2021. "7 Fungsi Video Promosi Untuk Bisnis yang Sedang Dijalankan!". <https://tandahijau.com/7-fungsi-video-promosi-untuk-bisnis-yang-sedang-dijalankan/>. Diakses pada 26 Januari 2025.

TikTok Shop Academy Team. 2024. "Pelajari Cara Untuk Meningkatkan Penjualan: TikTok Shop Academy: Indonesia." https://sellerid.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=7753815881516802&default_language=id-ID&identity=1.

Wahyunanda Kusuma Pertiwi. 2023. "Pengguna TikTok di Indonesia Tembus 113 Juta, Terbesar Kedua di Dunia". *Kompas.com*. Diakses pada 4 Oktober 2024. <https://tekno.kompas.com/read/2023/07/10/11000067/pengguna-tiktok-di-indonesia-tembus-113-juta-terbesar-kedua-di-dunia>